

**STRATEGI DISEMINASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
(DISKOMINFO) DALAM PENERAPAN TRANSPARANSI
INFORMASI DI KOTA PALOPO.**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM
(IAIN) PALOPO
2019**

**STRATEGI DISEMINASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
(DISKOMINFO) DALAM PENERAPAN TRANSPARANSI
INFORMASI DI KOTA PALOPO.**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos.) Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo

Oleh;

SYAIFULLAH.
NIM: 15.0104.0005

Dibimbing Oleh,

- 1. Dr. Efendi P, M,Sos.I.**
- 2. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM
(IAIN) PALOPO**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : **“Strategi Diseminasi Diskominfo Dalam Penerapan
Transparansi Informasi di kota palopo”**

Nama : **Syaifullah**

Nim : 15. 0104. 0005

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Disetujui untuk diujikan pada **Ujian Munaqasyah.**

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, Jumat 13 September 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Efendi P., M.Sos.I.
NIP 19651231 199803 1 009

Wahyuni Husain. S.Sos. M.I.Kom
NIP 19720203 199903 2 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, Jumat 13 September 2019

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Di-

Tempat.

Assalam 'Alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : **Syaifullah**
Nim : 15. 0104. 0005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : **“Strategi Diseminasi Dinas Komunkasi dan Informatika (diskominfo) dalam Penerapan Transparansi Inforrmasi di Kota Palopo”**

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut sudah layak untuk di ujikan pada ujian **Seminar Hasil.**

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I,

Dr. Efendi P., M.Sos.I
NIP 19651231 199803 1 009

NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, Jumat 13 September 2019

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Di-

Tempat

Assalam 'Alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : **Syaifullah**
Nim : 15. 0104. 0005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : **“Strategi Diseminasi Dinas Komunkasi dan Informatika (diskominfo) dalam Penerapan Transparansi Inforrmasi di Kota Palopo”**

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut sudah layak untuk di ujikan pada ujian **Seminar Hasil.**

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'Alaikum Wr.Wb.

Penguji II,

Hamdani Thaha S.Ag., M.Pd.I
NIP 1976023 200312 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaifullah
Nim : 15. 0104. 0005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi, tiruan dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Jumat 13 September 2019

Yang membuat pernyataan,

Syaifullah
NIM 15.0104.0005

ABSTRAK

Syaifullah, 2019 *“Strategi Diseminasi Diskominfo Dalam Penerapan Transparansi Informasi di kota Palopo”*. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Pembimbing (I) Dr. Efendi P, M,Sos.I. (II) Wahyuni Husain S.Sos., M.I.Kom.

Skripsi ini membahas tentang strategi diseminasi dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, serta kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di Kota Palopo. Untuk membahas masalah tersebut, disusun beberapa rumusan masalah yakni: bagaimana strategi diseminasi Diskominfo Palopo dalam meningkatkan transparansi informasi kepada masyarakat di Kota Palopo. dan kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan transparansi informasi pada masyarakat di Kota Palopo

Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui instrumen wawancara, observasi dan dokumentasi. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan komunikasi khususnya komunikasi organisasi. Kemudian teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahapan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam peningkatan pelayanan melalui transparansi informasi kepada masyarakat, Diskominfo menggunakan berbagai macam strategi, yang pertama berkerjasama dengan berbagai macam media cetak dan media online lalu merangkul mereka sebagai media partner, yang kedua penyebaran informasi dalam bentuk videografis, fotografis. Sedangkan kendala kendala yang dihadapi Diskominfo yaitu beberapa fasilitas yang masih belum dikelola, kurangnya tenaga kerja yang ahli dalam bidang informasi dan komunikasi publik, tidak cukupnya sarana dan prasarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Implikasi dari hasil penelitian ini diharapkan agar pihak Diskominfo dapat meningkatkan kualitas penyediaan informasi seperti aspek ekonomi, politik, budaya dan sosial secara proporsional kepada masyarakat demi terciptanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan pihak Diskominfo.

PRAKATA

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ
الْعَالَمِينَ

segala puji bagi Allah atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Diseminasi Diskominfo Dalam Penerapan Transparansi Informasi di kota palopo”**

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw, sebagai suri taula dan dalam mencari kesuksesan dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini selanjutnya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis menyampaikan penghargaan yang setulus-tulusnya dan ucapan terimakasih yang tak terhingga, kepada :

1. Dr. Abdul Pirol, M, Ag, Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Muhaemin M.A., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah membina dan berupaya

meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dr. Masmuddin, M.Ag, Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palopo, Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I Wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Syahrudin, M.H.I, Wakil Dekan II Bidang Keuangan, Muhammad Ilyas S.Ag., M.A, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, atas petunjuk, arahan dan ilmu yang beliau berikan kepada penulis selama ini.
3. Dr. Efendi P, M,Sos.I, Pembimbing I, dan Wahyuni Husain S.sos.M.I.kom, Pembimbing II, atas bimbingan dan arahnya selama penulis menyusun Skripsi hingga diujikan.
4. Kepada Drs. Syahrudin, M.H.I dan Hamdani Thaha, S.Ag., M.Pd.I selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan arahan dan kritikan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada karyawan perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan sumbangsih berupa pinjaman buku penulis mulai dari tahap perkuliahan sampai kepada penulisan skripsi.
6. Baso Achmad SH, Kepala Dinas Kominfo Kota Palopo dan Drs. Abdul Rahman Tasman Tambi Kahar sebagai selaku kepala bidang beserta Staf yang telah membantu dalam proses penelitian di Dinas Kominfo Kota Palopo.
7. Kepada Kepala Seksi Dinas Kominfo Kota Palopo yang telah memberikan informasi sampai penyelesaian skripsi ini.

8. Ayahanda Budiman, dan Ibunda Jumhana, Nenek, Om, Tante dan yang paling utama adalah adik-adikku Amirullah, dan Fitria serta seluruh keluarga yang tidak sempat saya sebutkan satu-persatu namanya yang senang tiasa memberikan motivasi kepada saya untuk segera menyelesaikan studi saya.
9. Terkhusus kepada sahabat-sahabat saya Wahyu, Darsam, Mahfuddin Ali, Indry Harmawati, Atika dan ust. Mukhlis serta kawan-kawan Mabar Fahmi, Adnan, Muh. Rasyid Ridha yang lainnya yang tidak sempat saya sebutkan namanya satu persatu. Serta teman-teman SD, SMP, SMA, seluruh rekan-rekan mahasiswa program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama angkatan 2015 IAIN Palopo atas dukungan dan motivasinya selama ini, yang telah bersama dalam suka dan duka selama mengikuti perkuliahan.
10. Beserta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini, akhir kata, dengan segenap kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat dinilai sebagai ibadah disisi Allah *SubhanahuwaTa'ala* dan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Palopo, 05 September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PENGUJI.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS PENGUJI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Definisi Operasional Variable dan Ruang Lingkup Penelitian	15
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian terdahulu yang relevan	18
B. Kajian Pustaka.....	20
1. Konsep Dasar Komunikasi.....	20
2. Strategi Komunikasi Dalam Organisasi	24
3. Komunikasi Organisasi	26
4. Teori Informasi Organisasi	29
5. Tujuan Transparansi Informasi	31
6. Hubungan Komunkasi dengan humas.....	32
C. Kerangka pikir.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Metode Penelitian.....	39
1.	Jenis dan pendekatan penelitian	39
2.	Waktu dan tempat penelitian.....	40
3.	Instrumen penelitian.....	40
4.	Sumber data.....	40
5.	Teknik pengumpulan data	41
6.	Teknik analisis data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Strategi diseminasi yang dilakukan diskominfo Dalam penerapan transparansi informasi	44
B.	Kendala yang dihadapi dalam penerapan Transparansi informasi di kota palopo	60

BAB V KESIMPULAN

A.	Kesimpulan.....	63
B.	Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Sebagai makhluk sosial, komunikasi tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia pada umumnya. Komunikasi menjadikan manusia yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, yang pada intinya mengerti serta memahami pesan yang disampaikan agar dapat menghasilkan *feedback* dengan cara berinteraksi. di negara ini, rakyat berharap pada pemerintah agar dapat terselenggaranya *good governance*, yaitu penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, efisien, transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab. Efektif artinya penyelenggaraan tepat sasaran sesuai dengan perencanaan strategis yang ditetapkan, efisien artinya penyelenggaraan dilakukan secara hemat berdaya guna dan berhasil guna, transparan artinya segala kebijakan yang dilakukan oleh penyelenggara negara itu adalah terbuka, semua orang melakukan dapat pengawasan secara langsung sehingga mereka dapat memberikan penilaian kinerjanya terhadap hasil yang dicapai, akuntabel artinya penyelenggara pemerintah bertanggung jawab terhadap kebijakan yang ditetapkan, serta mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada seluruh warga negara pada setiap akhir tahun penyelenggaraan pemerintahan.¹

¹ Neneng Siti Maryam, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*, Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. 6 No. 1, 2016, h. 2.

Good Governance merupakan suatu kesepakatan penyelenggaraan yang dilakukan pemerintah, masyarakat maupun swasta untuk terciptanya sistem pemerintahan yang baik dan mampu untuk dipertanggungjawabkan. Untuk tercapainya hal tersebut dalam tata pemerintahan di Indonesia, maka prinsip-prinsip *good governance* perlu diterapkan dalam berbagai institusi penting pemerintah. Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik menjelaskan bahwa untuk memberikan kewajiban kepada Badan Publik dalam membuka akses bagi setiap pemohon untuk mendapatkan informasi publik. Adanya Undang-Undang tentang KIP (Keterbukaan Informasi Publik) juga merupakan implementasi transparansi dalam pemenuhan Hak Asasi Warga Negara untuk mengetahui informasi publik.

Menjalankan sebuah pemerintahan terbuka sesuai dengan tuntutan dan model demokrasi yang sekiranya memiliki kelebihan tentu saja layak untuk dipakai sebagai acuan. Pemegang kekuasaan di pemerintahan harus mampu menjalankan sebuah kepemimpinan dengan berlandaskan keterbukaan informasi dan komunikasi sesuai dengan undang-undang keterbukaan informasi.²

Salah satu bentuk prinsip dalam *Good Governance* adalah Transparansi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan. Untuk mewujudkan terciptanya *Good Governance*, prinsip-prinsip tersebut harus dapat

² Annisa Eka Puspitasari, *Penerapan Transparansi Melalui Website www.jakarta.go.id Pemerintah Provinsi Dki Jakarta*, vol. 8, no 02, 2019, h. 3.

dicapai oleh perusahaan dengan adanya kerja sama yang baik dari berbagai pihak, baik di dalam maupun luar perusahaan sesuai dengan standar dan peraturan yang berlaku untuk dapat memberikan manfaat.³

Penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan publik menurut paradigma *good governance*, dalam prosesnya tidak hanya dilakukan oleh pemerintah daerah melalui pendekatan, atau hanya untuk kepentingan pemerintahan daerah. Paradigma *good governance*, mengedepankan proses dan prosedur, di mana dalam proses persiapan, perencanaan, perumusan dan penyusunan suatu kebijakan senantiasa mengedepankan kebersamaan dan dilakukan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan.

Penyelenggaraan pemerintahan yang baik, pada dasarnya menuntut keterlibatan seluruh komponen pemangku kepentingan, baik di lingkungan birokrasi maupun di lingkungan masyarakat. Penyelenggaraan pemerintahan yang baik adalah pemerintah yang dekat dengan masyarakat dan dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁴

Good Governance atau tata pemerintahan yang baik merupakan suatu paradigma baru yang sedang berkembang di Indonesia. Istilah *governance* di sini dirlatkan sebagai mekanisme, praktik, dan tata cara pemerintah dan warga mengatur sumber daya serta memecahkan masalah-masalah publik. Dalam konsep *governance*,

³ Tutut Istiana, Leonardo Budi Hasiolan, dan Azis Fathoni, *Analisis Pengaruh Penerapan Struktur Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan*, *Journal of Management*, Vol 4, No 4 (2018), h. 2.

⁴ Neneng Siti Maryam, *op cit.*, h.13.

pemerintah hanya menjadi salah satu aktor dan tidak selalu menjadi aktor paling menentukan. Implikasinya, peran pemerintah sebagai pembangun maupun penyedia jasa pelayanan akan bergeser menjadi badan pendorong terciptanya lingkungan yang mampu memfasilitasi pihak lain di komunitas dan sektor swasta untuk ikut aktif melakukan upaya tersebut.

Dalam penyelenggaran *good governance* terdapat beberapa karakterisitik atau prinsip yang harus dianut dan dikembangkan seperti Transparansi merupakan salah satu prinsip penting dalam mewujudkan *good governance*. Transparansi dalam pelayanan memiliki peran yang kritis dalam pengembangan praktik *good governance* karena sebagian besar permasalahan dalam penyelenggaraan kegiatan bersumber dari rendahnya transparansi.⁵

Lewat adanya tantangan tersebut maka memunculkan strategi-strategi baru dalam kegiatan yang dilakukan, salah satunya adalah komunikasi menggunakan media baru sebagai alat untuk menyampaikan informasi organisasi ke publik dan hal ini berkaitan dengan kegiatan diseminasi informasi. Kegiatan diseminasi informasi tidak dapat dilepaskan dari komunikasi sebagai perantaranya. Selain sebagai media promosi bagi sebuah organisasi atau lembaga, salah satu tujuan diseminasi informasi lewat media internal adalah sebagai media komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan anggotanya atau penerimanya yang sudah ditetapkan sebelumnya. Pada saat kegiatan diseminasi informasi dilakukan, maka terjadi sebuah pertukaran informasi

⁵ Setiono, *Transparansi Informasi Pelayanan (Studi Kasus Di Badan Pelayanan Perizinan Dan Penanaman Modal Kabupaten Tulungagung)*, Jurnal Ilmu Manajemen, vol. 06, No. 03, 2017, h. 90

yang diharapkan dapat menimbulkan perubahan sikap dan tingkah laku oleh penerimanya. Pertukaran informasi yang dimaksud dapat berupa bertambahnya pengetahuan oleh penerima yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, sehingga pola pikir penerima dapat berubah dan berpengaruh pada sikap dan tingkah lakunya. Diseminasi informasi suatu proses interaktif dalam penyampaian inovasi yang hasil akhirnya dapat merubah pola pikir dan tindakan orang yang terlibat di dalamnya maupun sasarannya, karena diseminasi bukan merupakan kegiatan satu arah tetapi suatu interaksi yang hasil akhirnya tidak saja mempengaruhi pola pikir kelompok sasaran namun juga orang yang membawa inovasi itu sendiri.⁶

Agar transparansi suatu pelayanan dapat terukur bagi instansi pemberi layanan adalah dengan memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. Pelayanan merupakan suatu proses dan proses tersebut menghasilkan produk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan memiliki standar sebagai ukuran. Indikator tersebut mencerminkan prinsip transparansi pelayanan yang harus dilakukan oleh birokrasi dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat.⁷

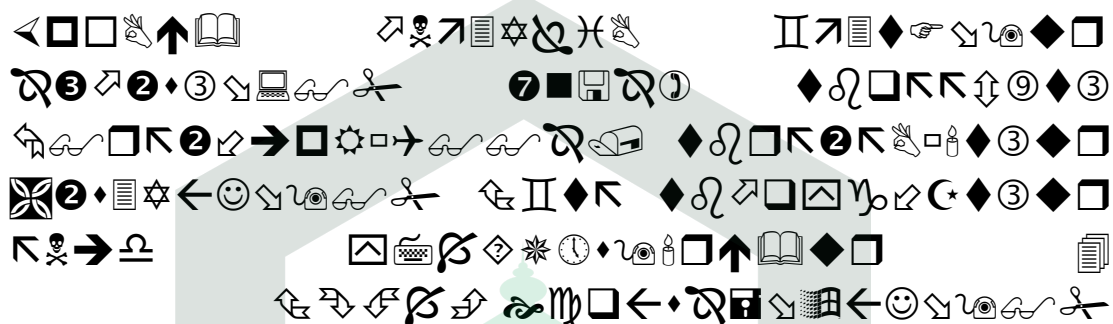
Pemerintahan dalam mengembangkan hubungan yang baik dalam masyarakat dengan cara memberikan informasi karena keberadaan pemerintah memiliki ketergantungan dalam hubungan dalam bermasyarakat sehingga citra pemerintah

⁶ Muhammad Amir Setioko dan Ika Krismayani ,*Diseminasi Informasi E-Newsletter Melalui Komunikasi Oleh Indonesian Visual Art Archive Yogyakarta*, Jurnal ilmu perpustakaan. vol. 6, no. 4, 2017, h. 7-8.

⁷ Setiono, *op cit.*, h. 91.

tetap terjaga. Selain itu, juga menciptakan pengertian publik yang lebih baik yang dapat memperbesar kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.⁸

Maka sesuai dengan firman Allah swt. yang memerintahkan kepada manusia untuk menyampaikan kebaikan, yang diabadikan dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran/3:104.



Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.⁹

Setelah melakukan observasi terhadap lokasi penelitian bahwa sebagian permasalahan beralih ke susasa atau kondisi kantor Diskominfo Kota Palopo yang ternyata belum sempurna dalam hal ini di dalam satu gedung terdapat dinas lain yang sangat berdekatan dengan Dinas Kominfo bahkan tak ada dinding sebagai pembatas sehingga segala operasional yang dikerjakan sangat transparan terhapat Dinas Lain sehingga ini juga menjadi tolak ukur suksesnya program kerja, dalam hal ini kenyamanan dalam susasa kantor apakah dalam melaksanakan pelayanan informasi

⁸ Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*, Jurnal ilmu komunikasi dan social politik. vol. 4, no. 3, 2015. h. 494.

⁹ Departemen Agama RI. *Al qur'an dan terjemahnya, Al-misbah*, (Pamulang: Lentera Hati, 2005), h. 172.

tidak mengganggu yang lain. Peneliti memiliki alasan tertentu dalam memilih topik serta permasalahannya. Sekurang-kurangnya ada empat sebab yang melatarbelakangi mengapa penelitian itu perlu dilakukan, yaitu: pertama, Kesadaran keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan kedua, Pemenuhan rasa ingin tahu, ketiga, Pemecahan masalah; dan keempat Pemenuhan pengembangan diri. Penelitian ini sebagai proses investigasi yang sistematis untuk dapat meningkatkan atau merevisi sumber pengetahuan dan menemukan fakta-fakta baru di lapangan. Penelitian ini merupakan upaya yang ditujukan untuk memecahkan masalah serta merupakan proses dalam penemuan solusi baru. Tentu dalam penelitian ini peneliti mampu menggunakan perspektif, baik sengaja maupun tidak sengaja. Perspektiflah yang menuntun dan menafsirkan suatu peristiwa dan perilaku yang dihadapi.¹⁰

Adanya konsep strategi yang baik membutuhkan perencanaan yang baik pula. Sebagaimana perencanaan komunikasi dimaksud untuk dapat mengatasi rintangan-rintangan guna mencapai efektivitas, sedangkan fungsi dan kegunaan perencanaan dimaksud untuk mengimplementasi program-program yang ingin dicapai, apakah untuk pencitraan dan lainnya. Strategi komunikasi yang efektif tidak hanya membuat pesan-pesan yang disampaikan bisa memberi dampak bagi target audiens tapi juga merefleksikan misi/tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi yang terintegrasi ke dalam operasi sehari-hari. Maka strategi itu butuh artikulasi yang jelas tentang audiens, kejelasan pesan, dan pilihan media. Ini juga berisi *feedback* tentang

¹⁰ Deddy Mulyani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 6.

hubungan antara planning dan evaluasi. Sebuah strategi yang efektif selalu diawali oleh perencanaan yang solid. Perencanaan yang matang adalah kunci bagi keberhasilan proyek.¹¹

Permasalahan komunikasi sangatlah rumit dan memerlukan penenganan khusus untuk mengatasi permasalahan tersebut, karena tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi tidak lepas dari kehidupan manusia. Untuk itu penelitian ini menganalisa strategi apa yang dilakukan pihak Diskominfo dalam menjalankan programnya. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan Manajemen (*Management*) untuk mencapai tujuan, untuk itu dalam mencapai tujuan yang diinginkan diperlukan adanya perencanaan dalam penyebaran informasi untuk menunjang kegiatan komunikasi maka, perencanaan atau strategi dalam komunikasi diperlukan agar pengaruh yang dihasilkan dapat diterima oleh khalayak sebagai sasaran komunikasi.¹²

Sebagai media pengembangan informasi tugas pokok dari Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo). Dinas Komunikasi dan Informatika tentu mempunyai tugas pokok yaitu merumuskan, membina dan mengendalikan kebijakan di bidang komunikasi dan informasi. Serta meliputi pengembangan informasi, aplikasi pendayagunaan media, pemberdayaan kelembagaan serta pos dan telekomunikasi.

¹¹ Nurul Fitrah Muzakkir, Rahmat Saleh, *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Aceh Dalam Menyosialisasikan Bahaya Penyakit Difteri di Provinsi Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol 3, No. 4, 2018, h. 12.

¹² Aidil Rahman dan M. Subur Drajat, *Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Bandung*, Jurnal Komunikasi, vol. 2, no.1, 2016, h. 96.

Indikatornya adalah pejabat Pelayanan Informasi dan Dokumentasi (PPID) sebagai badan yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan pelayanan informasi di badan publik. apakah Pemerintah saat memiliki peranan penting dalam hal pelayanan dan pengelolaan informasi publik. ini bisa menjadi tolak ukur dalam terlaksananya good governance sudah berjalan baik atau tidaknya.

Mengenai PPID di Pemerintah sendiri apakah sudah menerapkan *Open data* dimana keterbukaan terhadap semua data yang termasuk dalam UU dan dipublish di dalam *website* Selain itu apakah melibatkan menggunakan sosial media seperti: *Facebook, Twitter, Instagram* bahkan *Youtube* untuk memperbarui informasi kegiatan yang cenderung bersifat informasi setiap saat baik yang dilakukan. Kemudahan akses terhadap informasi yang diinginkan oleh setiap orang, khususnya yang berkaitan dengan ranah publik menjadi begitu penting karena dilatarbelakangi oleh beberapa alasan, salah satunya yaitu dengan adanya kemudahan akses dan keterbukaan terhadap informasi publik memungkinkan terjadinya perubahan pelayanan publik menuju terciptanya *good governance*.¹³

Riset mengenai kegiatan humas terdapat dua tanggung jawab dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Humas melaksanakan 3 peran pertama, sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan dalam mengidentifikasi masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi

¹³ Muhaqqiq Priyadharsana Mushthafa, Asep Saeful Rohma. *Peran Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Sebagai Penyedia Layanan Informasi Publik (Studi Kasus Di Pemerintah Kota Bandung)*, Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, vol. 13, no. 2, 2017, h. 3-4.

kebijakan. Kedua, sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang bertugas dalam suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dua arah. Ketiga, sebagai pemecah masalah, menjaga hubungan dan komunikasi dua arah. Ketiga, sebagai pemecah masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk memecahkan masalah.¹⁴

Pelaksanaan dan mengelola layanan informasi publik tentu penyajian data dalam setiap tahunnya berbeda tingkat keberhasilan dari pelayanan informasi, jelas bahwa instansi Diskominfo dan Kemenkominfo memiliki perbedaan yang mencolok dalam pelayanan informasi. Dalam hal ini PPID Kementerian Kominfo didukung oleh 2 Tim Kerja Harian yang melibatkan seluruh satuan kerja di lingkungan Kementerian Kominfo yaitu Tim Penyusun Daftar Informasi Publik berdasarkan Surat Keputusan Sekretaris Jenderal Nomor 67 Tahun 2018 dan Tim Penguatan dan Peningkatan Layanan Informasi Publik berdasarkan Surat Keputusan Sekretaris Jenderal Nomor 68 Tahun 2018. Untuk mengoptimalisasi layanan informasi publik pada Kementerian Kominfo. Mengingat pentingnya sinergi pengelolaan PPID di lingkungan Kementerian Kominfo, PPID beserta koordinator PPID unit eselon I mengadakan rapat dan forum koordinasi guna melihat perkembangan layanan PPID dan mengumpulkan masukan dari masing-masing koordinator PPID di unit eselon I untuk perbaikan layanan informasi publik agar lebih maksimal. Tidak hanya bersinergi di lingkungan internal, PPID Kementerian Kominfo juga berpartisipasi

¹⁴ Audah Mannan & Mutmainnah, “Aktivitas Humas Pada Bidang Pengaduan Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan” *jurnal* komudifikasi. vol. 5, 2017, h. 123.

aktif pada Forum Koordinasi PPID (FKPPID) bersama dengan PPID Kementerian/Lembaga lainnya. Sedangkan untuk peningkatan kualitas pelayanan, PPID melaksanakan beberapa kali kegiatan *workshop* yang berkaitan dengan keterbukaan informasi dan layanan informasi dengan menghadirkan narasumber dari Komisi Informasi Pusat, dan bimbingan teknis yang diselenggarakan oleh Komisi Informasi Pusat.¹⁵

Konsep tata kelola tersebut, maka misi praktisi humas pemerintahan adalah membangun citra dan reputasi positif. praktisi humas pemerintah sebagai aparatur Negara, membentuk opini publik, menampung dan mengelolah pesan dan inspirasi masyarakat, mengklarifikasi data dan informasi yang berkembang di masyarakat, serta terbukanya sosialisasi kebijakan dan program pemerintah tata kelola ini disusun oleh pemerintah dengan memperhatikan aspek prioritas kebutuhan, kepraktisan, dan praktik-praktik terbaik.¹⁶

Banyak mamfaat dari tata kelola humas ini diantaranya.

- a. Peningkatan kualifikasi, kapasitas, dan kompetensi sumber daya manusia dibidang kehumasan.
- b. Sistem informasi terpadu, tertata, dan merata.
- c. Pemantapan kelembagaan humas yang kuat dan memiliki kompetensi dalam memberikan pelayanan informasi yang optimal dan bertanggung jawab.

¹⁵<https://www.kominfo.go.id/> layanan informasi publik LIP 2018 (28 mei 2019)

¹⁶Audah Mannan dan Mutmainnah, *op cit.*, h. 126.

- d. Peningkatan akuntabilitas, pengawasan, dan budaya kerja positif yang berorientasi pada visi dan misi organisasi.
- e. Koordinasi dan sinkronisasi pengelolaan humas.
- f. Terwujudnya hubungan baik antara individu, terjalinnya kebersamaan antar instansi pemerintahan, serta adanya keseimbangan arus informasi kepada masyarakat.¹⁷

Berbicara tentang Diseminasi Diskominfo di Kota Palopo kepada masyarakat masih belum memuaskan karena minimnya perangkat keras maupun tempat bekerja dan kurangnya tenaga kerja yang ahli dibidang komunikasi dan informasi publik, sehingga menyebabkan masyarakat banyak ketinggalan informasi yang seharusnya dipublikasikan oleh Diskominfo. Dalam hal ini Diskominfo harus memperkuat strategi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat agar informasi yang diperoleh Diskominfo bisa tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

Fungsi humas sendiri tidak terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi humas adalah menciptakan opini publik yang memiliki kemauan baik (*good will*) dan partisipasi. Kinerja humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu humas pemerintahan juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun external. Bila dilihat secara external, biasanya humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan

¹⁷*Ibid.*, h. 127.

yang dapat merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat.¹⁸

Strategi humas yang dibangun seorang humas dapat menanamkan kepercayaan kepada publik tidak hanya untuk memperoleh citra positif. Tetapi citra positif yang sudah dibangun perlu dipertahankan, karena memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintahan. Begitu kepercayaan publik luntur akibat reputasi negatif maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut.¹⁹

Opini publik juga diartikan sebagai sejumlah pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik . juga, hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan di dalam masyarakat demokratis. opini publik bukan merupakan keseluruhan pendapat individu yang di kumpulkan. Faktor pembentukan opini publik. Pertama, adanya isu. Kedua, adanya kelompok yang berkepentingan dalam isu. Ketiga, adanya pilihan yang sulit. Keempat, adanya suatu pernyataan. Kelima, adanya sejumlah orang yang terlibat.²⁰

Pentingnya informasi dalam kehidupan ini maka dari itu siklus intansi pemerintahan seperti Diskominfo ini harus mampu mewujudkan kebutuhan informasi di masyarakat. Maka dari itu perlu strategi atau metode penyampaian pesan yang baik, Diskominfo sangat mampu memfasilitasi dengan menjalankan fungsi mediasi

¹⁸Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang*, Jurnal ilmu komunikasi dan sosial politik. vol. 4, no. 3, 2015. h. 494.

¹⁹*Ibid.*,

²⁰Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pda Era Multimedia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), h. 84.

dan publikasi. Maka dari itu penulis tertarik untuk merumuskan judul; *Strategi Diseminasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Dalam Penerapan Transparansi Informasi di Kota Palopo.*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi diseminasi Diskominfo dalam menerapkan transparansi informasi di Kota Palopo?
2. Kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam penerapan transparansi informasi pada masyarakat di Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bentuk strategi diseminasi Diskominfo dalam meningkatkan transparansi informasi di Kota Palopo.
2. Untuk mendeskripsikan kendala-kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan transparansi informasi di Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi Ilmu Komunikasi. Dan penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai strategi diseminasi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di kota palopo.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting khususnya bagi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat. Dan Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian bagi perusahaan lain bahwa dengan strategi diseminasi ini mampu memberikan pelayanan informasi yang terbaik.

E. Definisi Operasional Variable dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan ini, maka penulis memberikan pengertian dan maksud kata yang terdapat dalam rangkaian judul penelitian ini sebagai berikut:

- a. Strategi, Merupakan metode penting bagi majunya suatu instansi, perusahaan maupun organisasi lainnya, untuk mencapai sasaran atau tujuan yang efektif dan

efisien, tentu metode ini harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang dating

- b. Diseminasi, adalah suatu bentuk pelayanan atau kegiatan dari pihak organisasi yang ditujukan kepada individu atau kelompok agar mereka memperoleh informasi. Informasi yang memiliki unsur yang timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut.
- c. Transparansi, keterbukaan dalam melakukan segala kegiatan organisasi yang dapat berupa keterbukaan informasi, komunikasi, serta keterbukaan atas sesuatu yang nyata dan jelas sesuai dengan fakta atau realita yang ada.
- d. Informasi, merupakan keterbukaan dalam penyampaian pesan yang berupa data, simbol atau makna yang dapat artikan sebagai pengetahuan yang berpengaruh dan bermamfaat yang menerimanya.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis mengangkat sebuah penelitian Strategi Diseminasi Diskominfo Kota Palopo dalam Penerapan Transparansi Informasi di Kota Palopo.

Jadi bentuk Strategi Diseminasi untuk Diskominfo merupakan penelitian yang berupanya untuk memberikan Transparansi dalam hal ini Layanan, Penyediaan dan Kemudahan dalam Penerapan Transparansi Informasi.

2. Ruang lingkup penelitian

Strategi Diseminasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kota Palopo yang merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang dimana Penulis mencari tahu

strategi apa yang dilakukan dalam pelaksanaan strategi diseminasi oleh pihak Diskominfo, oleh karena itu, dibutuhkan gambaran yang jelas tentang batasan atau ruang lingkup dalam penelitian ini, sehingga tidak terjadi pelebaran dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penelitian ini akan dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo dengan menfokuskan pada peranan komunikasi organisasi serta humas dalam meningkatkan pelayanan informasi. Penelitian ini akan dilaksanakan di bulan Juni sampai Juli 2019. Penelitian ini lebih mengarah pada observasi lapangan (*Field Research*) dan wawancara mendalam (*Indepth Interview*) terhadap informan.



BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. *Penelitian Terdahulu yang relevan*

Penelitian sebelumnya yang berkaitan tentang penelitian yaitu :

1. *Skripsi*, Yunizar Khairunnisa, Mahasiswa Ilmu Komunikasi fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan hasil penelitian tentang *strategi PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan*. Pokok permasalahan yang terdapat di dalamnya ada dua yaitu: (1) bagaimana strategi *public relations* PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan? (2) bagaimana usaha yang dilakukan PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan? Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dengan pendekatan penelitian komunikasi, menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Mengikuti prosedur purposive sampling. Sementara teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹

2. *Skripsi*, Rahyu Bayani Lestari, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul *Aktivitas Human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar Dalam Meningkatkan Harmonisasi Dikalangan Pegawai* Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk

¹ Yunizar Khairunnisa, *strategi PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016).

mengetahui aktivitas human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika kota Makassar dalam meningkatkan harmonisasi dikalangan pegawai. (2) Untuk mengetahui faktor apa yang dapat meningkatkan aktivitas human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar dalam meningkatkan harmonisasi dikalangan pegawai. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan ilmu komunikasi. Subjek penelitian ini adalah pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, aktivitas human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar dalam meningkatkan harmonisasi dikalangan pegawai, ada beberapa kegiatan yang bermanfaat dalam meningkatkan harmonisasi dikalangan pegawai.²

² Rahyu Bayani Lestari, *Aktivitas Human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar Dalam Meningkatkan Harmonisasi Dikalangan Pegawai*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016).

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Perbedaan penelitian		Persamaan penelitian
		Penelitian Terdahulu	Syaifullah	
1	Yunizar Khairunnisa, strategi PT. Telkom Indonesia Tbk di Makassar dalam menjaga citra perusahaan	Penelitian ini befokus pada upaya membentuk citra perusahaan melalui strategi publik internal dan eksternal dalam membentuk hubungan yang harmonis dengan publiknya	Penelitian ini berfokus pada strategi penyebar luaskan sebuah informasi dengan melalui metode diseminasi informasi	Menggunakan metode deskriptif kualitatif
2	Rahyu Bayani Lestari, <i>Aktivitas Human relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar Dalam Meningkatkan Harmonisasi Dikalangan Pegawai</i>	Objek penelitian ini pada Diskominfo Makassar bagaimana menjalin hubungan yang harmonis di kalangan para pegawai	Objek penelitian ini Diskominfo palopo yang mengupayakan tujuan utama yaitu penyebaran sebuah informasi kepada masyarakat	Menggunakan metode deskriptif kualitatif

B. Kajian Pustaka

1. Konsep Dasar Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gesture tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- a. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
- b. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- c. Saluran (*channel*) adalah media di mana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
- d. Penerima atau komunika (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
- e. Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
- f. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan³

Dari berbagai model komunikasi yang sudah ada, di sini akan dibahas proses komunikasi yang paling utama, serta pendekatan yang mendasarinya dan bagaimana komunikasi dikonseptualisasikan dalam perkembangannya.

³ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu komunikasi teori dan praktek* (Bandung: PT remaja rosdakarya, 2009), h. 112.

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa lisan, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, jelas karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.⁴

Seperti yang telah diterangkan di muka, media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi, tidak semua orang pandai mencari kata – kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang.

Kata – kata mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotative dan konotatif. Sebuah perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Perkataan dalam pengertian konotatif adalah yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu.⁵

⁴ *Ibid.*, h. 11.

⁵ *Ibid.*, h. 12.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau saran sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlah banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya jika berbicara di kalangan masyarakat, banyak dimana mana media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) - yakni pikiran atau perasaan - yang dibawahnya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan.

Pentingnya peran media, yakni mediasi sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena, dengan menyiarkan pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya.⁶

Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara melakukan perubahan sosial. Komunikasi berperan menjembatani perbedaan dalam

⁶ *Ibid.*, h. 17.

masyarakat karena mampu merekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, komunikasi juga tidak akan lepas dari konteks sosialnya.⁷

2. Strategi Komunikasi Dalam Organisasi

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa dalam komunikasi, khalayak tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga mempengaruhi. Artinya khalayak dapat mempengaruhi. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama, tanpa persamaan komunikasi mungkin tak berlangsung. Justru itu, berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapai hasil yang positif maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak.⁸

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian. Dalam masalah ini, syarat untuk berhasilnya pesan tersebut.

⁷ Nuruddin, *sistem komunikasi Indonesia*, (Jakarta : PT rajagrafindo persada, 2012), h. 46.

⁸ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 184.

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang ditujukan.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.⁹

3. Menetapkan Metode

Memcapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan, yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka akan mempengaruhi metode-metode penyampaiannya kepada sasaran. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesan. Yang kedua, melihat komunikasi dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.¹⁰

4. Seleksi dan pemilihan media

Adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak, juga dewasa ini rasanya kita tidak dapat hidup

⁹ *Ibid.*, h. 194.

¹⁰ *Ibid.*, h. 198.

tanpa surat kabar, radio, film dan mungkin juga televisi. Dan agaknya alat-alat itu kini betul-betul muncul sebagai alat komunikasi massa yang sejati yang selain berfungsi sebagai alat penyalur. Sebagaiman dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, maka harus selektif, dalam artian menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian pula.¹¹

3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut persepsi Goldhaber (1986) yaitu, komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.¹²

Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian.

- a. Proses, Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.
- b. Pesan, Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Dalam komunikasi organisasi tentu mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan

¹¹ *Ibid.*, h. 204.

¹² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 67.

dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan. Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal dalam organisasi misalnya seperti surat, memo, pidato, percakapan. Sedangkan pesan nonverbal dalam organisasi terutama sekali yang tidak diucapkan atau tidak di tulis seperti bahasa gerakan badan, sentuhan, nada suara, ekspresi wajah dan sebagainya.

c. Jaringan, Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi. Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain, hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi dari pesan.

d. Keadaan Saling Tergantung, Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung dari satu bagian dengan bagian yang lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila dari suatu bagian organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

e. Hubungan, Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu di pelajari. Sikap, skil, moral, dari seorang pengawas misalnya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat organisasi.

f. Lingkungan, Lingkungan adalah semua totalitas yang secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan, fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan, dan teknologi.

g. Ketidakpastian, Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Misalnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai aturan pemerintah yang berpengaruh kepada produksi barang-barangnya. Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi.¹³

Identifikasi keterampilan komunikasi yang meningkatkan keberhasilan para professional, dan mereka telah menelusuri dampak dari berbagai jenis komunikasi terhadap moral, produktivitas dan komitmen dalam organisasi. Para ahli komunikasi organisasi telah mempelajari aspek-aspek kehidupan kerja seperti wawancara, mendengar, struktur organisasi, presentase, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan.¹⁴

¹³ *Ibid.*, h. 67-74.

¹⁴ Julia T. Wood, *komunikasi teori dan praktik*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), h. 14.

4. Teori Informasi Organisasi (Karl Weick)

Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menggambarkan proses di mana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima. Alih-alih memfokuskan perhatiannya pada struktur organisasi dalam peranan dan aturan yang mengarahkan para anggota organisasi, Weick menekankan pada proses mengorganisasikan. Dengan demikian, focus utamanya adalah pada pertukaran informasi yang terjadi dalam organisasi dan bagaimana anggota mengambil langkah untuk memahami hal ini. Weick melihat organisasi sebagai sebuah system yang mengambil sebuah informasi yang membingungkan dari lingkungannya dan membuat informasi tersebut masuk akal. Oleh karenanya, menurut teori ini organisasi akan berevolusi selama mereka berusaha untuk memahami diri mereka dan lingkungannya.¹⁵

Terdapat dua teori yang berpengaruh pada teori informasi organisasi, yaitu:

- a. Teori Sistem, secara khusus berguna dalam memahami saling keterhubungan yang ada di antara berbagai unit organisasi. Tujuan organisasi sebagai suatu kesatuan yang membutuhkan pembagian dan integrasi informasi yang harus ditemukan pemecahan dan kesimpulannya. Organisasi bergantung pada gabungan informasi sehingga mereka dapat membuat penyesuaian yang penting untuk mencapai tujuan.
- b. Teori Evolusi Sosiokultural, teori ini mempelajari perubahan yang dibuat oleh para individu dalam perilaku dan harapan sosial mereka untuk beradaptasi dengan

¹⁵ Richard West, Lynn H. Tunner. *Pengantar Teori Komunikasi*, Edisi 3 (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), h.335.

harapan sosial mereka. Weick mengadaptasi teori ini untuk menjelaskan proses yang dilalui oleh organisasi dalam menyesuaikan diri terhadap berbagai tekanan informasi tekanan-tekanan ini merupakan hasil dari informasi yang berlebih.¹⁶

Pada intinya organisasi mempunyai dua tugas utama yang harus dilaksanakan untuk mengelola dengan sukses berbagai sumber informasi ini. Pertama, mereka harus menginterpretasikan informasi eksternal yang ada dalam lingkungan informasi mereka, dan kedua, mereka harus mengoordinasikan informasi untuk membuatnya bermakna bagi anggota-anggota organisasi dan tujuan organisasi. Proses interpretasi ini harus mengharuskan organisasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi sehingga membuatnya lebih bermakna.¹⁷

Oleh karena kata *Public Relations* sangat umum, tidak heran kalau organisasi/perusahaan/instansi yang berbeda menamai fungsinya secara berbeda pula. fungsi *Public Relations* di banyak organisasi/perusahaan/instansi. Sehubungan dengan adanya pemahaman tentang komunikasi perusahaan atau *Corporate Communication*, maka seorang *Public Relations officer* juga perlu mengetahui bagaimana mendapatkan informasi melalui kegiatan komunikasi yang dilakukan guna menyelesaikan tugas-tugasnya dalam melaksanakan fungsinya sebagai penghubung antara perusahaan dengan pihak luar, dimana dalam penelitian ini adalah klien dan partner kerjasama. Pada penelitian ini, peneliti juga mengaplikasi teori mengenai

¹⁶ *Ibid.*, h.337-338.

¹⁷ *Ibid.*, h. 341.

Informasi Organisasi dari Karl Weick dimana fokus teori ini terletak pada komunikasi informasi, yang menentukan keberhasilan suatu organisasi.¹⁸

5. Tujuan Transparansi Informasi

Pemerintah sebagai *sender* ketika secara intensif menyampaikan informasi publik berupa kebijakan sedangkan masyarakat menjadi *receiver* ketika ia menerima informasi tersebut. ketika memberi umpanbalik atas informasi yang diterima dan menyampaikan informasi tentang berbagai hal yang berhubungan dengan dunia pemerintah dan masyarakat menjadi receiver atas informasi tersebut. Komunikasi pemerintahan dalam *good governance* menekankan transparansi (*transparency*), transparansi berarti memberi informasi secara benar, jujur dan adil partisipasi berarti masyarakat diikutsertakan memberi informasi dalam membuat kebijakan dan berjalannya kontrol sosial.¹⁹

Segenap badan publik yang berhubungan bertanggungjawab terhadap pengelolaan informasi, harus memahami informasi yang berbagai informasi yang wajib disediakan dan diumumkan kepada publik untuk mendukung terciptanya masyarakat informasi yang sejahtera. Klasifikasi transparansi informasi mencakup

a. Informasi yang wajib diumumkan secara berkala. Pemerintah wajib menyediakan informasi dibawah kewenangannya, yang mengandung kebenaran dan mudah

¹⁸ Priza Audermendo Purba, *Strategi Komunikasi Pt Aets Indo Pacific Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*, Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi. vol. 1, no. 2, 2019, h. 5.

¹⁹ Ulber Silalahi, *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, jurnal administrasi publik, vol 3, no. 1, 2004, h. 47.

dijangkau oleh masyarakat, berkaitan dengan kinerja, laporan keuangan dan informasi lain yang diatur oleh peraturan perundangan.

b. Informasi yang wajib diumumkan serta merta, meliputi informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum.

c. Informasi yang wajib tersedia setiap saat, antara lain meliputi kebijakan berikut dokumen pendukung, rencana kerja proyek, prosedur kerja pegawai dan laporan pelayanan akses informasi.²⁰

6. Hubungan Komunikasi dengan Humas

Hubungan masyarakat menjalankan fungsi dan tugas penerangan di dalam jajaran masing-masing . perannya sebagai wahana komunikasi kedalam maupun ke luar. dalam berusaha menyelenggarakan komunikasi dalam bagian organisasi, keluar memberikan informasi kepada masyarakat dan lingkungan. penyelenggaraan komunikasi kedalam dan keluar berfungsi menyaring, mengelola dan menyajikan informasi yang diperlukan sehingga sesuai dengan kebutuhan sasaran yang dituju. Komunikasi berfungsi sebagai jembatan yang menjembatani cita-cita dan aspirasi dengan masyarakat secara timbal balik, adanya semacam *give* dan *take*. Aspirasi dan cita-cita masyarakat tertampung sehingga mereka merasa ikut serta dan dengan sendirinya ada dukungan dan dorongan dari masyarakat.²¹

²⁰ *Ibid.*, h. 48.

²¹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Cet. V, Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 52.

a. Hubungan Masyarakat (Humas) di Pemerintahan

1) Definisi Humas

Hubungan masyarakat biasa disebut *public relation* dengan ruang lingkup kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi. Setiap organisasi mempunyai tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Seberapa jauh berhasil atau tidak bergantung dari usaha dan kemampuan pengelola organisasi itu sendiri, khususnya perananan humas juga sangat menentukan.

Tugas Humas yang perlu diperhatikan ada beberapa hal sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan ke dalam dan keluar melalui pendekatan-pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperitive dan punitif.
- b. Proses komunikasi lewat kegiatan dilakukan berencana dan terus menerus yang meliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, obyektif, punya daya pengaruh yang kuat guna berhasilnya mencapai sasaran yang telah ditetapkan.²²

2) Humas dalam Pemerintahan

Membahas tentang komunikasi serta hubungan masyarakat, bahwa tak ada aktivitas tanpa ada komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun, karena dengan komunikasi bisa menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap

²² *Ibid.*, h. 53.

terhadap orang lain sehingga terciptanya persamaan mengenai pesan tertentu sehingga mendapatkan suatu pengertian.

Istilah strategi manajemen sering pula disebut rencana strategis atau rencana jangka panjang perusahaan. suatu rencana strategis perusahaan menetapkan garis-garis besar tindakan strategis yang akan diambil dalam kurun waktu tertentu kedepan. Rencana jangka panjang inilah yang menjadi pegangan bagi para praktisi PR (*public relations*) untuk menyusun berbagai rencana teknis, dan langkah komunikasi yang akan diambil. Untuk dapat bertindak secara strategis, kegiatan PR harus menyatu dengan visi dan misi organisasi.²³

Pada dasarnya fungsi bidang humas dalam pemerintahan adalah memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat, informasi tersebut disebarluaskan melalui berbagai macam media baik cetak, elektronik dan media online. Bidang humas sebagai wakil pemerintah yang memiliki fungsi dan tugas yang penting untuk menjawab seluruh informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat. Dengan memberikan informasi terbuka maka citra pemerintahan diharapkan dapat dipandang baik oleh masyarakat. Dengan majunya teknologi komunikasi yang pesat seperti sekarang ini maka, keinginan masyarakat mengenai informasi sasngat besar.²⁴

²³ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *dasar dasar publik relations*, (Bandung : Pt Remaja Rosdakarya, 2012) , h. 90.

²⁴ Aidil Rahman, M. Subur Drajat, *op cit.*, h. 97.

Pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan, sebagai aparat kehumasan pemerintah, maka berbagai kegiatan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Membina pengertian pada khalayak/publik terhadap kebijaksanaan pimpinan, baik kepada khalayak intern maupun khalayak ekstren. Pembinaan pengertian kepada khalayak termasuk pemberian dan pelayanan informasi.
- b. Menyelenggarakan dokumentasi kegiatan-kegiatan pokok instansi pemerintah, terutama yang menyangkut publikasi.
- c. Memonitor dan mengavaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat.
- d. Mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber.
- e. Bentuk produk humas yang dihasilkan seperti majalah, buletin, press release, poster, folder, pamphlet, selebaran dan lain-lain.²⁵

b. Transparansi Informasi Publik

1) Pelayan Informasi

Peranan *Public relations* dahulu dan saat ini selalu mengalami perubahan, dahulu PR berperan sebagai *even organizer*. Sedangkan saat ini, seorang *public relations* harus bisa membuka peluang dalam membangun investasi dan membaca peluang pasar serta pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Bidang komunikasi dan *public relations* kini menjadi salah satu kunci terpenting yang berperan dalam suatu industri dan jasa untuk bersaing pada era saat ini. Hal ini, karena setiap sektor industri maupun jasa akan saling bersaing menciptakan image positif sehingga dapat memberikan inovasi yang terbaru dan terpercaya. Dalam era globalisasi *public*

²⁵ H.A.W. Widjaja, *op cit.*, h. 65.

relations akan sangat berperan, apabila organisasi tidak memanfaatkan bidang *public relations* tersebut bakal tertinggal karena tidak menguasai perolehan dan penyebaran informasi.²⁶

Pada prinsipnya transparansi adalah bagian dari upaya pemerintah untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sekaligus melibatkan masyarakat dalam menjalankan fungsi controlling terhadap segala upaya atau usaha yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan atau diterima oleh penyelenggara negara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.²⁷

Kualitas adalah menjaga janji pelayanan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diuntungkan. Meningkatkan kualitas merupakan pekerjaan semua orang terhadap pelanggan. Tanggung jawab untuk kualitas dan pengawasan kualitas tidak dapat didegalisakan kepada satu orang, misalnya staf pada sebuah kantor. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu system pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu.

Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Informasi pada dasarnya dibutuhkan

²⁶ Sisilia Herlina, *op cit.*, h. 499.

²⁷ Dede Abdurahman , Tri Ferga Prasetyo. *Analisis Dan Perancangan E-Goverment Dalam Transparansi Sistem Pemerintahan Desa*, Jurnal J-Ensitem. vol. 05, no. 01, 2018, h. 250.

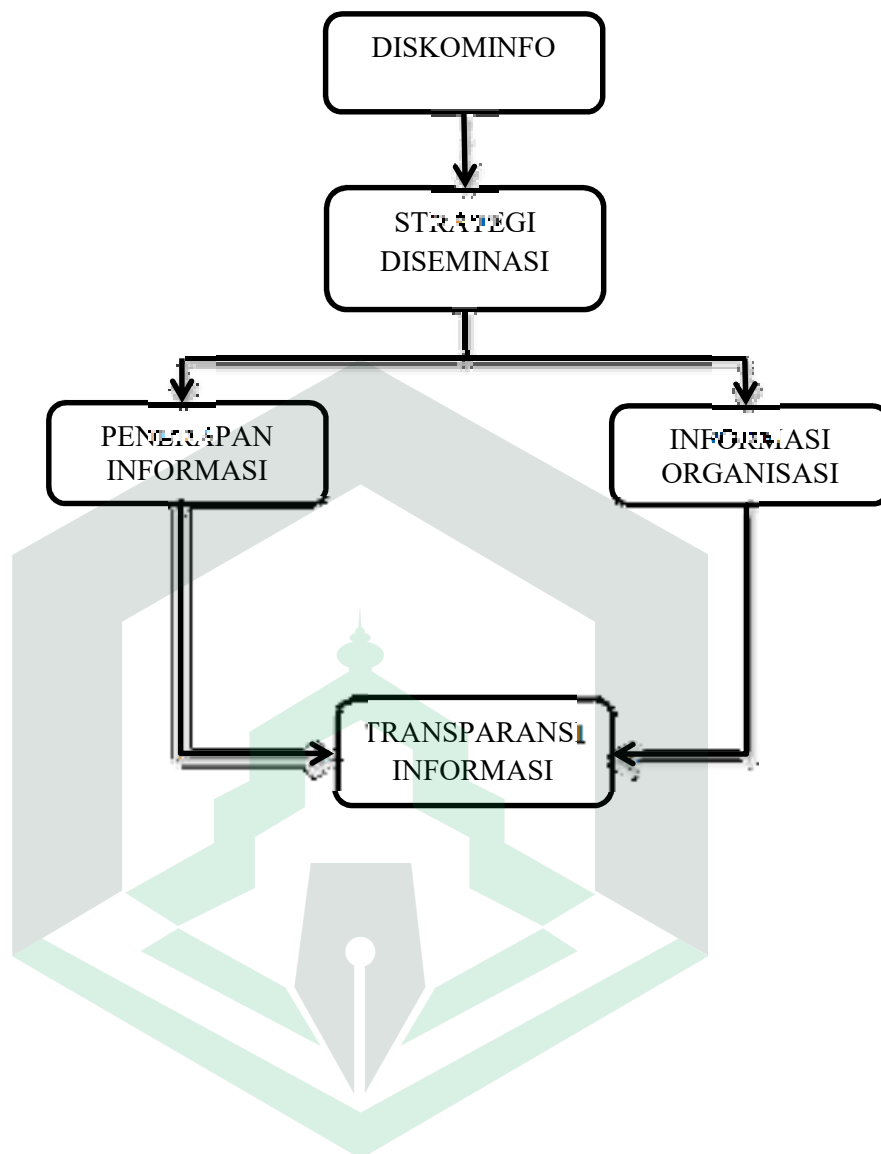
oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam dataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi maupun mengatasi konflik yang terjadi dalam organisasi.²⁸

C. Kerangka pikir

Peranan informasi yang begitu penting untuk memberikan semangat kerja pada seluruh pegawai yang ada di Dinas Komunikasi dan informatika, komunikasi yang digunakan adalah komunikasi publik yang dijumpai dalam organisasi seperti memorandum karyawan, advertensi dan dalam hubungan dengan lingkungan organisasi.

Diskominfo Kota Palopo merupakan instansi pemerintahan Kota Palopo yang juga memiliki berbagai macam fasilitas serta karyawan atau tenaga kerja yang memadai. Maka demikian Diskominfo Kota Palopo telah menerapkan berbagai macam metode Diseminasi dalam pelayanan informasi.

²⁸ Marhaeni Fajar, *op cit.*, h.126.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

a. Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif berupa deskriptif. Artinya penelitian ini akan melakukan penggambaran secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti. Gambaran yang menjadi objek utama dalam penelitian ini adalah Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Serta pemilihan metode yang tepat dalam di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo.

Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian skripsi ini maka peneliti ingin melakukan penelitian di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo yang berlokasi di jalan Andi Masjaya.

b. Pendekatan penelitian

Metode peneltian ini menggunakan pendekatan sosiologis dan pendekatan komunikasi. Pendekatan sosiologis mengkaji sebuah studi atau penelitian untuk mempelajari hidup bersama maupun interaksi dalam kelompok, Metode pendekatan komunikasi akan memudahkan peneliti untuk saling berinteraksi dengan sumber informasi.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan setelah seminar proposal, adapun perencanaan waktu penelitian oleh peneliti ialah Agustus hingga September. dan setelah mendapatkan persetujuan dari pembimbing yang bersangkutan.

b. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan judul yakni pada Dinas komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kota Palopo.

3. Instrument Penelitian

Penelitian ini memahami dan mampu focus terhadap penelitian, memilih informan sebagai sumber data. Cara ini dilakukan untuk memperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menghasilkan kesimpulan. Instrument penelitian merupakan pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi digunakan untuk menghimpun data dari informan atau sumber data.

4. Sumber Data

a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Untuk memperoleh data-data secara langsung atau memperoleh data tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. hingga melakukan *Interview* kepada informan.

b. Data sekunder

merupakan pendekatan dalam memperoleh data yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan termasuk jurnal, khusus pasar modal, perbankan, dan indeks harga saham yang dipublikasikan.¹

5. Teknik pengumpulan data

Prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang ditempuh oleh penulis yang dianggap relevan dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *Interview* (wawancara), *Library research* (riset perpustakaan). Wawancara ialah data langsung dari informan yang akan menjadi acuan penelitian sedangkan riset perpustakaan ini adalah dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui bacaan jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.² Dalam hal ini peneliti membaca buku-buku dan artikel diberbagai *website* yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan yang diteliti dan peneliti mempergunakan kutipan, baik kutipan langsung maupun kutipan tidak langsung, dan *field research* (riset lapangan), riset lapangan ini adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung seperti;

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h.30.

² *Ibid.*, h.31

1. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati dan mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikan langsungnya, dan biasanya peneliti sebagai partisipan atau *observer* dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.³

2. Wawancara

Interview (wawancara) merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek). *Interview* merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam suatu penelitian, baik dilakukan secara perorangan antara peneliti (*interviewer*) dengan seorang responden (*interview*) yang dilakukan, Teknik Wawancara dapat dilakukan (1) Dengan tatap muka, dan (2) melalui suara telepon.⁴

3. Dokumentasi

Dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat dalam suatu peristiwa sejarah masa lalu, dan terdapat empat jenis dokumentasi, yaitu 1) data arsip, 2) dokumen (sejarah) milik lembaga atau pribadi 3) dokumen *privacy* milik pribadi seperti surat wasiat, ijazah, berkas rahasia, agenda catatan pribadi dan sebagainya, 4) dokumentasi publik seperti data atau informasi yang tercantum di berbagai media massa dan kepustakaan⁵

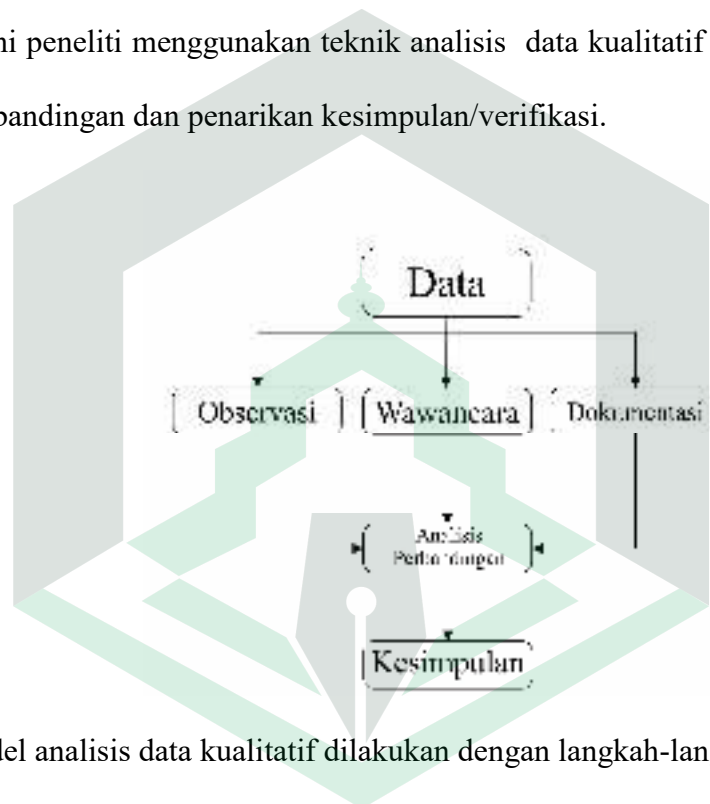
³ *Ibid.*, h. 219.

⁴ *Ibid.*, h. 23.

⁵ *Ibid.*, h. 23.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari analisis data dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti. Analisis data dimulai dengan menelaah data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber yaitu dari hasil pengamatan, observasi, wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu dengan cara, analisis perbandingan dan penarikan kesimpulan/verifikasi.



Model analisis data kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah:

- Data; data yang di peroleh dari berbagai metode pengumpulan data.
- Wawancara, Observasi, dan pengamatan; adalah hasil dari pengumpulan data yang kemudian di jadikan sebuah data yang valid.
- Kesimpulan; merupakan proses untuk penarikan kesimpulan dan berbagai kategori data yang telah direduksi dan disajikan untuk menuju pada kesimpulan akhir yang mampu menjawab, menerangkan tentang berbagai permasalahan penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Strategi Diseminasi yang dilakukan Diskominfo dalam penerapan Transparansi Informasi.

Dinas komunikasi informatika Kota Palopo, merupakan instansi yang memiliki otoritas dalam melakukan berbagai usaha salah satunya meningkatkan berbagai macam informasi yang ada di Kota Palopo. salah satu bentuk usaha yang dilakukan adalah iransparansi informasi dengan melakukan perencanaan strategi komunikasi yang baik. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik, maka penyebaran informasi dapat meningkat. Untuk meningkatkan kinerja dalam hal ini, dinas komunikasi informatika Kota Palopo membagi dalam beberapa bidang yang memiliki tugas dan fungsi masing-masing. Termasuk bidang Opini dan Aspirasi Publik adalah bidang yang menengani persoalan Komunikasi dan pelayanan publik.

“Dinas Kominfo Kota Palopo ini termasuk kategori C, karna hanya terdiri dari dua bidang. Dua bidang ini, yang satu menangani infrastruktur bidang IT dan satunya bidang yang menangani persoalan Komunikasi dan pelayanan publik, Terkait masalah fungsi mengenai Humas juga ada di dalam”.¹

Dalam pelaksanaan UU yang merupakan tuntutan tentang keterbukaan informasi publik (KIP) jadi harus ada sikap konsekuen yang mendukung hal tersebut serta menerjemahkan dalam bentuk pelayanan, seperti transparansi informasi yang menjadi

¹Baso Achmad, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo, “wawancara” , Dinas Kominfo Kota Palopo, 03 September 2019.

tuntutan masyarakat dan tak perlu adanya merahasiakan hal-hal terkait kepentingan publik.

“Keterbukaan informasi publik itu merupakan tuntutan dari UU mau tidak mau harus konsekuen mendukung hal itu dengan menerjemahkan dalam bentuk pelayanan, misalnya saja transparansi informasi ini menjadi tuntutan masyarakat kita tidak boleh lagi mendorong semua aparat untuk merahasiakan hal-hal yang terkait kepentingan publik”.²

Dalam menerapkan strategi Dinas Komunikasi dan Informatika ada beberapa strategi dalam penerapan informasi yang sekaligus merupakan program kerja dinas Kominfo kepada media dan masyarakat.

“Transparansi informasi yang dilaksanakan di Kota Palopo itu melalui program kerja Dinas Kominfo itu ada dua jenis kegiatan pokok, yang pertama sifatnya penyediaan informasi publik dan yang kedua sifatnya pelayanan pengaduan jadi ada dua kata kunci. Penyediaan pelayanan informasi publik dikemas dalam suatu program yang namanya Pejabat Pengelola Informasi Daerah (PPID). Informasi yang disajikan ada dua kategori utama. informasi terbuka untuk umum dan informasi yang dikecualikan, informasi terbuka secara umum itu yang sifatnya setiap saat ada misalnya mengenai kondisi kota palopo. dan informasi serta merta itu adalah informasi yang menyangkut hayat hidup orang seperti informasi dari badan bencana Daerah. Serta juga ada informasi yang sifatnya berskala selalu diperbaharui disetiap waktu seperti informasi rencana kerja pemerintah kota palopo yang setiap saat berubah”.³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa pihak dinas Kominfo dalam hal penerapan transparansi informasi tentu menggunakan strategi

² Baso Achmad, “wawancara”, Dinas Kominfo Kota Palopo.

³ Abdul Rahman Tambi Kahar, Kepala Bidang Opini dan Aspirasi Publik, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo 03 September 2019.

tertentu dalam menunjang kualitas informasi yang disebar. Dalam hal ini ada beberapa metode:

- a. Informasi Terbuka Umum, Yang dimaksud umum adalah informasi yang mengenai situasi dan kondisi Kota Palopo apakah itu berupa luas wilayah, jumlah kecamatan dll mengenai gambaran umum Kota Palopo.
- b. Informasi Serta Merta, yaitu informasi transmisinya harus cepat. yang menyangkut hayat hidup terhadap sejumlah orang yang dimana informasi ini sering digunakan oleh Badan Menanggulangi Bencana.
- c. Informasi Berskala, berskala dalam artian perbaharuan setiap informasi dari berbagai macam instansi pemerintahan yang ada di Kota Palopo mengenai suatu hal apakah itu tentang program kerja pemerintahan yang selalu berubah.⁴

1. Strategi Diseminasi Dinas Kominfo Kota Palopo

a. Melalui Media Relations atau Media Partnership

Memunculkan strategi-strategi baru dalam kegiatan yang dilakukan, salah satunya adalah komunikasi menggunakan media baru sebagai alat untuk menyampaikan informasi organisasi ke publik dan hal ini berkaitan dengan kegiatan diseminasi informasi. Upaya menyampaikan ide, gagasan, pesan, serta informasi lainnya dapat terjadi dalam suatu organisasi. Hal itu menunjukkan terjadinya komunikasi di dalam organisasi (*Internal Communication*). Pertukaran informasi ini dapat dilakukan secara vertikal maupun secara horizontal. Suatu strategi komunikasi

⁴*Ibid.*,

diperlukan agar mampu memberikan kemudahan bagi organisasi untuk menata, mengatur serta merancang penyebaran informasi yang terkait tujuan organisasi.⁵

“Sebenarnya kita di Kominfo ini bekerja dengan media yang ada yang pertama kita gunakan itu mungkin sudah melekat yaitu media *Website*. ada surat kabar, maupun media cetak dengan melakukan kerjasama dengan beberapa Koran dan kita intens memberikan informasi minimal 4 kali dalam sebulan”.⁶

Menurut Abdul Rahman Tambi Khahar selaku Kepala bidang. bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memberikan informasi pada masyarakat mereka merangkul media partner. Kegiatan Diskominfo dalam penggunaan media mengklasifikasikan menjadi beberapa media. Dalam menjalankan aktivitas dalam bidang informasi, peran publik relations memiliki pengaruh yang sangat signifikan dikarenakan strategi dinas Kominfo Kota Palopo sendiri mengacu pada perpaduan antara strategi diseminasi dan komunikasi, dalam hal ini penggunaan media komunikasi dan informasi sebagai sarana untuk menerapkan Transparansi informasi yang diperlukan khalayak.

“Kemudian bersinergi dengan mitra-mitra Pers yang ada dalam rangka penyebaran informasi yang telah diliput dan dihimpun oleh divisi atau seksi pelayanan media dan komunikasi. Jadi kita bermitra, bekerja sama dengan media-media yang ada. Baik media cetak, *online*, media regional, media Lokal dan juga Nasional”.⁷

⁵Muhammad Amir Setioko dan Ika Krismayani ,*Diseminasi Informasi E-Newsletter Melalui Komunikasi Oleh Indonesian Visual Art Archive Yogyakarta*, Jurnal ilmu perpustakaan. vol. 6, no. 4, 2017, h. 2.

⁶Abdul Rahman Tambi Kahar, “*Wawancara*” di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo.

⁷Herawan Sjamsuddin Toni, Kepala Seksi Pelayanan Media dan Komunikasi publik, “*Wawancara*”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 03 September 2019.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam hal ini lebih memperjelas bahwa layanan media yang digunakan dalam proses penyebaran atau melakukan transparansi informasi harus diakui bahwa terkadang memang hubungan antara organisasi maupun dengan media itu cenderung bervariasi dan berbeda satu sama lain. Bagi seorang petugas Pelayanan Media, citra dimata publik itu adalah sesuatu yang sangat mutlak bagi organisasi atau perusahaan tersebut. Pertarungannya adalah bagaimana meraih liputan media tersebut. Namun, dalam hal ini mendapatkan liputan pun tidaklah cukup melainkan bagaimana bahwa inti pesan dari organisasi tersebut tersampaikan secara maksimal sesuai dengan yang telah ditargetkan oleh Dinas Kominfo. Karena bukan tidak mungkin bahwa terkadang beberapa media pun melakukan dan menyampaikan berita atas interpretasi mereka, oleh karena itu memastikan hal tersebut tidak terjadi maka dalam mendekati dan memanfaatkan hubungan dengan para pers dan media sangat dibutuhkan dalam menangani hal penyebaran Informasi.

Dinas kominfo tidak tentu tidak hanya fokus dengan mitra-mitra pers yang ada di Kota Palopo jadi strategi yang digunakan tidak terfokus terhadap satu hal melainkan juga bagaimana meningkatkan pelayanan informasi dengan melakukan koordinasi berbagai pihak yang tentu ada hubungannya dengan kota palopo, seperti yang dijelaskan oleh kepala seksi pelayanan media dan komunikasi publik.

“Kita juga bekerja sama, memfasilitasi teman-teman ini dengan melakukan koordinasi dan komunikasi lintas sektoral, yang dimaksud koordinasi dan komunikasi adalah menghubungi unit-unit kerja yang berada dalam lingkup pemerintah Kota Palopo ataupun lembaga organisasi yang Non pemerintah baik itu BUMN, BUMD, BUMS itu kita bersinergi berkomunikasi dan

berkoordinasi apabila mereka memiliki kegiatan yang tentunya ada kaitannya pengembangan dan kemajuan Kota Palopo”.⁸

Hasil wawancara tersebut merujuk pada pentingnya media partner dalam melakukan penyebaran atau transparansi informasi adalah hal yang tidak dapat dipisahkan bahwa bidang media merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam pengumpulan, pengemasan, dan penyebaran informasi atau berita terkait keadaan Kota Paloppo kepada para khalayak. Ini kemudian menjadi menarik, karena strategi dalam memberdayakan media eksternal termasuk didalamnya adalah segala bentuk media elektronik, cetak, dan online dipergunakan. Dan tidak hanya dengan media eksternal akan tetapi juga media internal yang dikelola khusus oleh instansi atau lembaga (*Website*) tersebut dalam hal ini Dinas Kominfo.

b. Transparansi Informasi Melalui *Website*

Transparansi penyelenggaraan pelayanan publik adalah pelaksanaan tugas dan kegiatan yang bersifat terbuka bagi masyarakat dari proses kebijakan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan serta mudah diakses oleh semua pihak yang membutuhkan informasi. Pemberi layanan harus dapat memberikan informasi secara jelas kepada masyarakat agar masyarakat dapat turut andil dalam rangka pengawasan akan kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh instansi terkait.⁹ Berjalannya pemerintahan yang baik diikuti dengan adanya pemenuhan prinsip ketersediaan informasi, karena tujuan dasar dari ketersediaan informasi publik adalah untuk

⁸Herawan Sjamsuddin Toni, “*Wawancara*”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 3 September 2019.

⁹Setiono, *op cit.*, h. 92.

mewujudkan pemerintahan yang terbuka yang merupakan indikator pertama pada penerapan tranparansi pada masyarakat yang berupa:

1) Meningkatkan kepercayaan Masyarakat tentang keadaan dan kondisi Kota Palopo yang di kemas dalam bentuk transparansi informasi

2) Peningkatan informasi yang mengajak kerjasama masyarakat dengan pemerintahan dalam pembangunan Kota Palopo

3) Informasi yang dikemas dalam pelayanan pengaduan yang disediakan melalui *Website*.¹⁰

sejumlah tenaga yang tergabung dalam tim peliputan yang terdiri dari tenaga rilis dan Photographer yang selalu update di *Website* resmi Kota Palopo melalui Dinas Kominfo (www.Palopokota.go.id). Berbagai macam informasi maupun data dalam ketersediaan informasi ditampilkan oleh *Website* tersebut.

“Dalam pelaksanaan tugas tersebut dinas Kominfo dalam hal ini seksi pelayanan Media dan Komunikasi Publik merberdayakan atau menugaskan sejumlah tenaga yang tergabung dalam tim peliputan yang terdiri dari tenaga rilis dan juru kamera atau Photographer mereka melakukan perekaman, pendokumentasian selanjutnya melakukan updating melalui media yang di miliki oleh pemerintah kota palopo yang dikelola oleh dinas Kominfo Palopo yaitu melalui media *Website* www.palopokota.go.id”.¹¹

Hasil observasi dari penggunaan *Website* www.palopokota.go.id mengenai fitur interkasi, dari 5 Sub indikator yang telah tersedia didalam *Website* tersebut. Meliputi, tersedianya komunikasi *Beranda*; fitur *E-goverment*; fitur *Sub Domain*;

¹⁰Abdul Rahman Tambi Kahar, “Wawancara” di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo. 4 September 2019.

¹¹Herawan Sjamsuddin Toni, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 3 September 2019.

serta fitur *Contact* pengaduan yang dapat digunakan sebagai media interaksi antara masyarakat dan pemerintah.

Wawancara tersebut telah menjelaskan bahwa tempat khusus untuk melakukan penyebaran informasi yang merupakan tugas khusus. transparansi informasi terwujud dari berbagai macam indikator yang tersedia di dalam *Website* maupun juga keterlibatan media lainnya seperti adanya indikator ketersediaan informasi, kemudahan akses informasi, ketersediaan fitur interaksi, dan fitur fasilitas komunikasi yang dimana dari hasil observasi yang dilakukan menunjukan sudah terjadinya transparansi pada *Website* www.palopokota.go.id dengan seberapa besar sudah melakukan revisi termasuk penambahan indikator yang tersedia pada *Website*.

Berdasarkan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (secara resmi bernama Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik) Sebagaimana yang telah di jelaskan oleh bapak Baso Achmad sebagai Kepala Dinas. KIP adalah undang-undang yang mengatur tentang hak-hak warga negara dalam memperoleh informasi publik. Mengacu pada undang-undang tersebut, Dinas Kominfo telah berupaya melakukan transparansi informasi kepada khalayak dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan informasi serta memperdalam kepercayaan masyarakat terhadap instansi ini. Tentunya agar transparansi informasi dapat terukur bagi instansi adalah dengan memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan informasi sesuai kebutuhan khalayak. Transparansi dalam hal ini suatu proses, dan proses tersebut menghasilkan kualitas informasi yang positif dan tentunya berguna bagi khalayak.

c. Penyediaan Media Center

Media Center adalah salah satu pemanfaatan sarana Teknologi Informasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo, karena dipandang perlu perkembangan teknologi informasi sekarang ini semakin pesat, dimana setiap ada informasi yang ada di dunia ini bisa di peroleh dalam waktu yang relative singkat, dan salah satu konsep kota modern yang berbasis teknologi informasi adalah *Cyber City* yang kini telah banyak diterapkan di sejumlah kota-kota besar di seluruh Sulawesi Selatan ini.

Teknologi Komunikasi khususnya era Informasi sekarang ini, sangat membantu masyarakat dalam mencari informasi dengan menggunakan internet. Kehadiran internet dapat mengubah perilaku atau budaya sebagian besar warga kota dan pola-pola layanan konvensional menjadi layanan yang serba digital dan instan. Tentu dalam hal ini di dukung oleh penyediaan teknologi komunikasi sehingga dalam mengakses informasi sudah sangat mudah, sebagaimana yang di jelaskan oleh Ilham Tahang selaku Kepala Bidang Infrastruktur telah menyiapkan sarana dalam memudahkan akses melalui jaringan internet.

“Menyiapkan perangkat infrastruktur terkait dengan sistem atau manajemen pemerintahan yang berbasis elektronik, infrastruktur yang dimaksud ini termasuk jaringan kita yang siapkan jadi bukan hanya di Dinas Kominfo tapi semua yang ada di Kota Palopo Bandwidth atau internetnya itu kita siapkan. Jadi pada dasarnya bidang infrastruktur ini adalah untuk menyiapkan sarana dan pra sarana terkait dengan jaringan, perangkat keras dan perangkat lunak seluruh kota palopo”.¹²

¹²Ilham Tahang, Kepala Bidang Infrastruktur dan manajemen sistem in formatika, “Wawancara”, di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Palopo, 4 September 2019.

Media *center* berperan sebagai penyedia infrastruktur berupa perangkat keras maupun perangkat lunak yang menjamin kemudahan dalam memperoleh informasi yang tepat dan memadai, ini menjadi faktor utama dalam melakukan transparansi informasi melalui media *Online* ataupun mengakses informasi secara *Online* termasuk menara-menara yang ada di kota palopo tempat terpasangnya sebuah jaringan yang merupakan portal utama dalam mengakses informasi inilah contoh sederhana pada perangkat keras sedangkan perangkat lunak yaitu berupa aplikasi yang mendukung dalam mengelolah informasi.

“Termasuk juga penataan menara telekomunikasi Kota Palopo juga menjadi tanggung jawab Bidang Infrastruktur dan Sistem Informatika, dalam hal ruang lingkup penataan dan pengawasan menara telekomunikasi itu di Dinas Kominfo Kota Palopo”.¹³

dengan kelebihan itu pula, internet diprediksikan akan semakin diminati oleh berbagai kalangan sejalan dengan meningkatnya kebutuhan dan perkembangan Teknologi Informasi dan sebagian besar masyarakat itu akan semakin bergantung pada internet untuk menjalani berbagai aktivitasnya, tolak ukurnya adalah kebutuhan masyarakat terhadap suatu pelayanan informasi dan komunikasi digital yang serba cepat, efisien, efektif

Teknologi komunikasi telah berkembang dengan pesat saat ini. Hal ini ditandai dengan merebaknya pemakaian internet, multi media, dan sebagainya. Meningkat pesatnya teknologi komunikasi telah membawa kultur luar yang

¹³Ilham Tahang,, “*Wawancara*”, di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Palopo, 4 September 2019.

kadangkala asing masuk ke rumah kita. Film-film seri impor yang ditayangkan di televisi telah membuat kita mengenal adat kebiasaan dan riwayat bangsa-bangsa lain. Berita-berita dari luar negeri yang disiarkan baik dari stasiun televisi dalam negeri maupun luar negeri merupakan hal yang lumrah. Setiap malam kita menyaksikan apa yang terjadi di negara yang jauh melalui televisi. Dan kita dapat berhubungan langsung ke setiap pelosok dunia melalui telepon, e-mail, dan sebagainya.¹⁴

Media Center ini juga diharapkan berfungsi bukan hanya untuk kepentingan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo saja, akan tetapi di peruntukkan untuk kegiatan pemanfaatan informasi bagi masyarakat luas, jadi Dinas Kominfo bertugas menyediakan fasilitas yang ada tinggal bagaimana masyarakat dapat mempergunakan sebagai mestinya dalam memperoleh informasi karna Dinas Kominfo memiliki semangat pelayanan informasi.

“Berbeda dengan paradigma lama misalnya semua tertutup, semua harus memiliki syarat untuk dipenuhi untuk mendapatkan informasi, tapi sekarang ini kita dorong aparat itu melakukan atau semangat keterbukaan pelayanan Jadi informasi yang dibutuhkan masyarakat itulah yang kami berikan. Jadi ibaratnya seperti Swalayan, kita siapkan semua kebutuhannya terserah masyarakat mau ambil yang mana sesuai kebutuhannya”.¹⁵

d. Peran Humas sebagai Penunjang Diseminasi

Pada dasarnya fungsi bidang Humas dalam pemerintahan atau instansi di kota palopo memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat mengenai pembangunan serta kondisi mengenai Kota Palopo. informasi tersebut disebarluaskan melalui

¹⁴Wahyuni Husain, *Peranan Komunikasi dalam Interaksi Budaya, Jurnal Kajian Dakwah Dan Pemikiran Islam Al-Tajdid*, vol 2, no. 1, 2010, h. 5.

¹⁵Baso Achmad, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo.

berbagai macam media massa baik cetak, elektronik dan media *Online*. Untuk itu bidang Humas khusus pada Dinas Kominfo memiliki fungsi dan tugas yang penting dalam menjawab seluruh informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat.

“Yang pertama kita terapkan dalam transparansi informasi adalah ada S.O.P karna itu yang terpenting. terus yang kedua kita ada klasifikasi informasi, klasifikasi informasi seperti informasi yang dikecualikan seperti isi rapat internal yang tak boleh diketahui oleh khalayak. Dan kedua yang tidak dikecualikan seperti acara-acara atau kegiatan pemerintahan”.¹⁶

Peneliti mampu menganalisa strategi yang dilakukan pihak humas dalam melakukan transparansi informasi melalui media sosial serta menanggapi pemberitaan negatif kepada pemerintah Kota Palopo dalam hal bidang Humas Diskominfo sebagai pelaksananya.

“Dengan mengintenskan penyebarluasan informasi melalui media sosial, jadi memperkuat sisi lain informasi dan berita yang kami sajikan serta mengkomunikasikan stakeholder terkait informasi tersebut”.¹⁷

Dalam strategi ini mampu menjawab peneliti dengan melihat tahapan ini yang dilakukan Humas dalam transparansi informasi yang akan di klarifikasi sebelum melakukan intens terhadap informasi maka tahapan ini tidak akan menimbulkan opini negatif masyarakat mengenai Pemerintahan Kota Palopo.

Adapun peran dalam hal ini Humas, tentu tidak hanya terfokus pada satu objek kerja selain pembahasan di atas, dalam hal ini setelah peneliti ingin lebih tau dalam lagi mengenai Humas Dinas Kominfo. Humas memiliki peran khusus

¹⁶Irwan Rizaly Noor, "Wawancara", Kepala Seksi Kehumasan dan Pemberdayaan Komunitas Sosial, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 4 September 2019.

¹⁷Irwan Rizaly Noor, "Wawancara", di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 4 September 2019.

termasuk pada penyajian informasi yang positif dan membangun citra positif daerah melalui penyajian informasi.

“Peran khususnya adalah menyajikan informasi secara positif dan membangun citra positif Daerah melalui penyajian informasi”.¹⁸

Kegiatan yang dilakukan melalui strategi Diseminasi Humas Dinas Kominfo Kota Palopo memang masih membutuhkan peningkatan setiap metode-metode kerja yang telah dilakukan oleh Humas Dinas Kominfo harus mampu menyelesaikan setiap masalah ataupun dalam menyelesaikan suatu pekerjaan serta kegiatan-kegiatan secara sistematis. Apabila timbul suatu permasalahan, maka seksi kehumas Dinas Kominfo sesegera mungkin mencari solusi agar permasalahan cepat teratasi dengan baik.

Dalam upaya mempublikasikan dan meningkatkan citra pemerintahan di kota Malang, upaya yang dapat dilakukan Humas Dinas Kominfo Palopo adalah dengan membangun image yang positif dalam relasi dengan masyarakat kota Palopo serta lembaga yang lain dan meningkatkan kinerja yang mengutamakan masyarakat kota Malang. Lebih lanjut untuk meningkatkan citra, dapat dilakukan dengan langkah yang disampaikan oleh Djanaid (2003).¹⁹ bahwa untuk menciptakan citra yang baik diperlukan beberapa bentuk kerjasama dengan media massa atau partner yaitu:

- 1) Mengadakan kunjungan ke kantor redaksi atau kantor-kantor berita untuk berkenalan dan menjalin hubungan baik. Mengundang wartawan untuk berkunjung ke kantor, bentuk ini dapat dilakukan direstoran sambil makan-makan.

¹⁸Irwan Rizaly Noor, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo, 4 September 2019.

¹⁹Sisilia Herlina, *op cit.*, h. 497.

- 2) Konferensi pers suatu pertemuan antara satu organisasi/perorangan dengan pers.
- 3) Pers tour kegiatan mengajak wartawan meninjau keadaan lapangan dari kegiatan suatu organisasi.
- 4) Kursus latihan wartawan program ini bertujuan menambah wawasan tentang suatu masalah, misalnya hukum, politik, ekonomi, atau masalah-masalah yang bersifat teknis lainnya.
- 5) Sponsor artikel Suatu bentuk kegiatan publikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi melalui penulisan artikel/berita.
- 6) Wawancara pers Bentuk kegiatan ini dalam rangka kepentingan dengan wartawan surat kabar secara khusus. Inisiatif wawancara ini adalah dari pihak wartawan sendiri, baik atas inisiatif sendiri maupun atas perintah pemimpin redaksi.
- 7) Iklan Bentuk kegiatan ini dalam rangka kepentingan suatu perusahaan/instansi. Dapat dalam bentuk pengumuman, promosi dan lain-lain. Untuk itu instansi yang bersangkutan dikenakan biaya menurut ketentuan.²⁰

e. Penerapan Sosialisasi Diskominfo Kota Palopo

Strategi lainnya adalah Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan tugas untuk mensosialisasikan program pemerintah kepada masyarakat. Bahkan melakukan sosialisasi terhadap pemerintah tentang bagaimana cara menyebarkan informasi yang benar. Tentu penerapan sosialisasi yang dilakukan mengenai program kerja Dinas

²⁰*Ibid.*,

Kominfo yang tujuan oleh masyarakat agar supaya dalam mengakses informasi itu lebih mudah dan cepat.

“Dalam proses penyebaran informasi itu karna kita dari pemerintahan jadi kita mencoba memberikan pemahaman terhadap institusi atau instansi. Contoh semua Pemda kita sosialisasikan bahwa tata cara memberikan informasi atau metode dalam menyebarkan dokumen itu seperti ini. Jadi eksistensi yang kita mau laksanakan itu mensosialisasikan ke semua masyarakat salah satu strateginya kemudian kita mencoba membangun sistem komunikasi yang baru lagi dengan untuk membuka free Hostpost di Tempat umum”.²¹

Bedasarkan kutipan wawancara diatas di jelaskan bahwa tidak hanya kegiatan pemerintahan yang dipublikasikan oleh Diskominfo Palopo melainkan tentang bagaimana pengembangan sistem informasi yang mudah.

f. Peran PPID dalam Dinas Kominfo Kota palopo

Mengenai tentang Penjelasan PPID sebelumnya telah dijelaskan pada Bab sebelumnya dan itu bersifat umum yang menjadi persoalan adalah apakah Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Palopo itu berjalan sesuai fungsinya jadi pada umumnya PPID Dinas kominfo Kota Palopo yang merupakan bagian dari seksi Aspirasi Publik yang berada dibawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika Diskominfo Kota Palopo. PPID bertanggungjawab di bidang layanan informasi publik yang meliputi proses penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan pelayanan informasi publik. PPID juga bertanggungjawab mengkoordinasikan penyimpanan dan pendokumentasian seluruh informasi publik yang berada di Badan

²¹Abdul Rahman Tambi Kahar, “Wawancara” di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo. 4 September 2019.

Publik Berdasarkan Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2010 tentang Standar Layanan Informasi Publik.

“Jadi PPID program yang diturunkan masing Dinas Kominfo termasuk Kota Palopo PPID itu adalah pejabat pengelola informasi dan dokumentasi, ini juga alah satu bagian semangat untuk transparansikan informasi kepada masyarakat atau kepada publik sehingga masyarakat yang butuh informasi dapat berhubungan langsung dengan PPID tersebut. Dan PPID semua perangkat Daerah ada termasuk 9 kecamatan yang ada di Kota Palopo”.²²

Berdasarkan peneliti yang sudah melakukan dengan metode pendekatan komunikasi, maka pada dasarnya Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kota Palopo itu sifatnya external yang melaksanakan penerapan transparansi informasi dengan program dari Dinas Kominfo Kota Palopo. Namun, dalam segala penerapannya PPID Dinas Kominfo, masih perlu pengembangan yang lebih. Tugas PPID sudah mempunyai wewenang masing-masing yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Namun perlu adanya analisis kendala dalam sinkronisasi dengan PPID Pembantu yang ada di setiap Dinas atau kecamatan di Kota Palopo.

²²Herawan Sjamsuddin Toni, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo.4 September 2019.

B. Kendala yang dihadapi Diskominfo dalam penerapan transparansi informasi pada masyarakat di Kota Palopo

Penulis hanya mengangkat beberapa faktor penghambat saja dikarenakan masalah pokok yang dihadapi Dinas Kominfo Kota Palopo dalam melaksanakan prinsip transparansi hanya ada satu juga yakni permasalahan dalam penerapan transparansi informasi yang dilakukan Dinas Kominfo Kota Palopo kepada masyarakat.

Bedasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, yang menjadi kendala dalam penerapan Transparansi Informasi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat yaitu kurangnya tenaga kerja yang ahli dalam bidang Informasi dan Komunikasi Publik, tidak cukupnya sarana dan prasarana yang akan digunakan untuk memproses suatu berita dan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan kegiatan Transparansi Informasi terdapat banyak kendala yang menjadi catatan dan perlu dievaluasi untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya, diantaranya adalah:

- a. Ruangan yang masih sangat sempit yang masih berbaur dengan yang pegawai lainnya untuk menempatkan berbagai pekerja yang pada fungsinya sehingga sangat terbatas yang seharusnya memiliki ruang pribadi untuk melaksanakan kegiatan kantor.
- b. Perlengkapan perangkat komputer untuk media peliputan ataupun penunjang kerja masih kurang, yaitu hanya 1 unit, untuk penggunaan 5 sampai 6 orang sehingga

pengguna harus bergantian menggunakan perangkat tersebut, sehingga terbitan sebuah informasi bisa lambat.

c. Sumber Daya Manusia yang belum memadai untuk pembinaan informasi, yaitu hanya 6 orang yang berkompeten di bidang peliputan, penulis dan Photography Jurnalistik, hal ini tentu sangat berat karna dalam satu orng menekuni tiga tanggung jawab yang seharusnya berbeda-beda dalam pengambilan tugas ²³

d. Media Peliputan warta Diskominfo Palopo diterbitkan 4 kali dalam sebulan, sehingga banyak informasi tentang pemberitaan pemerintahan dan pembangunan tidak di muat di dalamnya.

e. Faktor external berupa cuaca buruk dan di malam hari sehingga liputan membutuhkan waktu yang cukup lama

f. Masih membutuhkan support Dana dari pemerintah guna pengembangan yang lebih baik.²⁴

g. Kendala lainnya termasuk pemamfaatan media Audiovisual seperti Videotron, dan media Ratona Tv yang bagian dari praktisi humas pemerintah Kota Palopo yang seharusnya di ambil alih oleh Dinas Kominfo Kota Palopo karna regulasi sedang berproses.

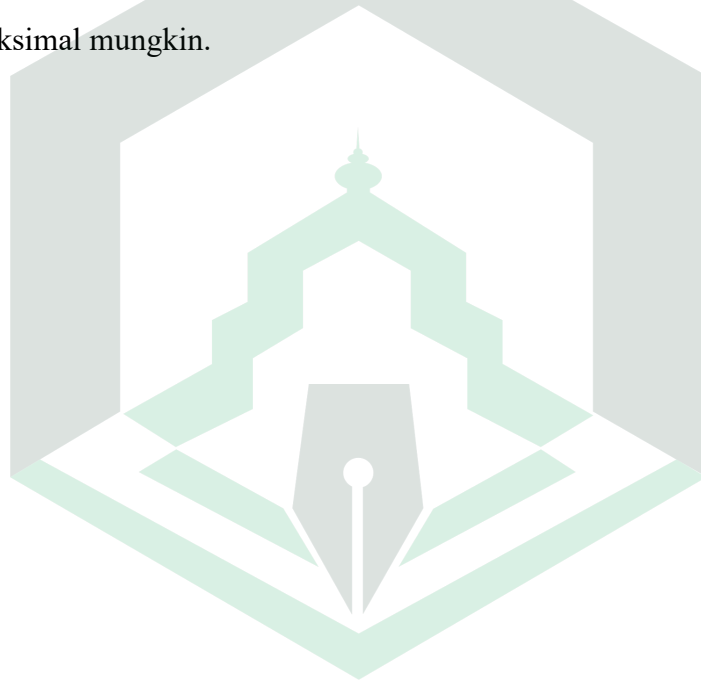
“Karna masih ada media beberapa lain yang masih belum, semestinya juga di alihkan ke Kominfo tapi belum diberikan. Misalnya, Pemamfaatan Videotron yang masih di tempat lain kemudian Ratota TV yang belum di kelola baik oleh kita karna dia masih bagian daripada Humas, dan Humas pun juga

²³Herawan Sjamsuddin Toni, “Wawancara”, di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo. 3 September 2019.

²⁴Abdul Rahman Tambi Kahar, “Wawancara” di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo. 4 September 2019.

semestinya sudah beralih ke Kominfo namun karna regulasi sementara berlanjut karna memang membutuhkan proses”.²⁵

Dalam hal mengatasi solusi dari kendala yang ada selama ini, untuk menyampaikan informasi atau kegiatan-kegiatan yang ada Diskominfo dengan usaha bekerja keras semaksimal mungkin dan bekerja sama dengan pegawai serta menjalin mitra di berbagai pers lokal lainnya untuk mengatasi hal tersebut dengan menggunakan sarana yang ada serta pembagian tugas yang sesuai dan memanfaatkan waktu semaksimal mungkin.



²⁵Abdul Rahman Tambi Kahar, “Wawancara” di Kantor Dinas Kominfo Kota Palopo. 3 September 2019.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi dan kendala yang dihadapi Diskominfo adalah mampu meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, melalui observasi dan wawancara mendalam, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Diskominfo dalam penerapan transparansi informasi adalah memperbaiki kualitas penyebaran informasi antara media dengan masyarakat. Melakukan pendekatan komunikasi dengan melakukan sosialisasi langsung orang-orang kepercayaannya setiap sasaran Komunikasi agar tidak ada lagi masyarakat yang ketinggalan informasi tentang program pemerintahan. Berikut Penerapan Dinas Kominfo dalam transparansi informasi:

- a. Strategi Diseminasi melalui Media Relations/Media Partnership.
- b. Transparansi Informasi Melalui *Website*.
- c. Penyediaan Media Center.
- d. Peran Humas sebagai penunjang Diseminasi.
- e. Penerapan Sosialisasi sebagai strategi Diseminasi.
- f. Peran PPID dalam Dinas Kominfo Kota palopo.

2. Kendala yang dihadapi strategi Diseminasi Diskominfo dalam meningkatkan transparansi informasi kepada masyarakat yaitu ruang operasional kantor perlu dibenahi, serta kurangnya sarana dan prasarana yang digunakan seperti Videotron untuk mengolah informasi melalui Audiovisual dan kurangnya SDM yang menjadi kendala utama Diskominfo dalam mengolah informasi.

Maka solusi dari kendala diatas adalah bagaimana pihak Diskominfo mampu merealisasikan ruang operasional kantor, perlu adanya penambahan sarana dan prasarana dalam hal ini program tahunan yang dijalankan agar tidak menghabiskan banyak biaya, mesti adanya suber daya manusia yang ahli dan berkopeten dalam melaksanakan tugas sesuai dengan disiplin ilmu dan harus pandai-pandai membagi tugas kepada rekan-rekan kerjanya.

B. Saran

1. Diharapkan agar Diskominfo dapat meningkatkan lagi kualitas penyajian informasi kepada masyarakat seperti ekonomi, politik, budaya, dan sosial. Demi terciptanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan pihak Diskominfo.

2. Pihak Diskominfo baiknya melakukan sosialisasi secara langsung dengan semua masyarakat dan juga memilih orang-orang yang benar-benar dapat dipercaya.

3. Dalam memberikan menerapkan informasi kepada masyarakat hendaknya pihak Diskominfo dapat menerima saran-saran dan meminimalisir kesalahan-kesalahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Dede dan Tri Ferga Prasetyo. *Analisis Dan Perancangan E-Goverment Dalam Transparansi Sistem Pemerintahan Desa*, Jurnal J-Ensitem. vol.05, no. 01, 2018.
- Mannan, Audah dan Mutmainnah. *Aktivitas Humas Pada Bidang Pengaduan Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan*, jurnal Komudifikasi. vol. 5, 2017.
- Eka Puspitasari, Annisa. *Penerapan Transparansi Melalui Website www.jakarta.go.id di Pemerintah Provinsi Dki Jakarta*, Journal of Pilitic and Government Studies. vol. 8, no. 02, 2019.
- Efendy, Onong Uchjana, *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT remaja rosdakarya, 2009.
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha ilmu 2009.
- Herlina, Sisilia. *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*, jurnal ilmu komunikasi dan politik. vol. 4, no. 3, 2015.
- Istiana, Tutut dan Azis Fathoni, *Analisis Pengaruh Penerapan Struktur Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan*, Journal of Management. vol 4, no. 4, 2018.
- Maryam, Neneng Siti. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. vol. 4, no. 1, 2016.
- Muhammad, Arni. *Kominkasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011
- Mushthafa, Muhaqqiq Priyadharsana dan Asep Saeful Rohma. *Peran Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Sebagai Penyedia Layanan Informasi Publik (Studi Kasus Di Pemerintah Kota Bandung)*, Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi. vol. 13, no. 2, 2017.
- Muzakki, Nurul Fitrah dan Rahmat Saleh, *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Aceh Dalam Menyosialisasikan Bahaya Penyakit Difteri di Provinsi Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah. vol. 3, no. 4, 2018.
- Nimmo, Dam. *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1999.
- Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT rajagfafindo persada, 2012.

- Purba, Priza Audermando, *Strategi Komunikasi Pt Aets Indo Pacific Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*, *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*. vol. 1, no. 2, 2019.
- Rahmad, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984.
- Rahman, Aidil dan M. Subur Drajat, *Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Bandung*, *Jurnal Komunikasi*, vol. 2, no.1, 2016.
- Richard West, L. H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. 2008
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006
- Setioko, Muhammad Amir dan Ika Krismayani, *Diseminasi Informasi E-Newsletter Melalui Komunikasi Oleh Indonesian Visual Art Archive Yogyakarta*, *Jurnal ilmu perpustakaan*. vol 6, no 4, 2017.
- Setiono, *Transparansi Informasi Pelayanan (Studi Kasus Di Badan Pelayanan Perizinan Dan Penanaman Modal Kabupaten Tulungagung)*, *Jurnal Ilmu Manajemen*. vol. 06, no. 03, 2017.
- Soleh Soemirat, dan Elvinaro Ardianto. *Dasar dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Silalahi, Ulber *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, *jurnal administrasi publik*. vol 3, no. 1, 2004.
- Tabroni, Roni. *komunikasi politik pada era multimedia*. Bandung: simbiosis rekatama media, 2012.
- Widjaja, H.A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Cet. V; Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Wood, Julia T. *komunikasi teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.

Sumber Lain:

- Belalau, Deny. “*definisi humas public relations*,” Blog denybelalau. wordpress.com /2013/01/15/definisi-humas-public-relations (20 juni 2019).
- Jenis dan Sumber Data, dalam : <http://winbiewimpie.blogspot.com/> (26 Mei 2019).
- Kominfo.go.id/ *layanan informasi publik LIP 2018* (28 mei 2019).

Maduddin, Fitriani. *"komunikasi dan hubungan masyarakat,"*
fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/01/06/komunikasi-dan-hubungan-masyarakat (21 juni 2019).



KEPALA BIDANG PENGELOLA OPINI & ASPIRASI PUBLIK



KEPALA BIDANG PENGELOLA INFRASTRUKTUR & MANAJEMAN SISTEM INFORMATIKA



KEPALA SEKSI KEHUMASAN



KEPALA SEKSI PELAYANAN MEDIA & KOMUNIKASI PUBLIK



Wartawan Diskominfo Kota Palopo



Wartawan Diskominfo Kota Palopo



KEPALA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PALOPO





RIWAYAT HIDUP

Syaifullah, lahir di desa kalitata, kecamatan malangke barat, kabupaten luwu utara provinsi sulawesi selatan. merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dan merupakan buah kasih sayang dari Ayahanda Budiman dan ibunda Jumhana. Adapun pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu dimulai dari pendidikan sekolah tingkat dasar, tepatnya di SD Negeri 157 kalitata dan dinyatakan tamat pada tahun 2009. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan di tingkat SMP Negeri 2 malangke barat dan dinyatakan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya, peneliti melanjutkan pendidikan di tingkat SMA, tepatnya di SMA Negeri 2 Baebunta sekarang disebut SMAN 7 luwu utara dan dinyatakan tamat pada tahun 2015. Pada Tahun 2015, peneliti melanjutkan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan memilih jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Dan pada akhir studi peneliti menulis skripsi dengan judul ***“Strategi Diseminasi Dinas Komunikasidan Informatika (Diskominfo) Dalam Penerapan Transparansi Informasi Di Kota Palopo.”*** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1), dengan gelar sarjana non pendidikan (S.Sos). Peneliti berharap dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang diinginkan, *Aamiin*. Demikianlah riwayat hidup peneliti.